

Reaksi Remaja Terhadap Iklan Minuman Bergas 'Coca-Cola Chup!' Satu Kajian Kes
Di Daerah Kubang Pasu, Kedah.

Nor Rasyidi Bin Dahlan

95823211

Tesis ini dikemukakan kepada
Fakulti Seni Lukis Dan Seni Reka, Universiti Teknologi MARA
sebagai memenuhi keperluan
Ijazah Sarjana Muda Seni Lukis Dan Seni Reka.

1. Diperiksa oleh _____ Tarikh _____
2. Diperiksa oleh _____ Tarikh _____
3. Diluluskan oleh _____ Tarikh _____

Dekan
Fakulti Seni Lukis Dan Seni Reka
Universiti Teknologi Mara
40450 Shah Alam
Selangor Darul Ehsan.

Sinopsis

Daripada kajian yang telah dibuat ini, didapati pelbagai reaksi telah ditonjolkan oleh para remaja. Mengikut pengamatan gerak geri dan tingkah laku mereka daripada soalan-soalan yang diberikan dapat diketahui perasaan mereka terhadap iklan minuman bergas Coca-Cola Chup!. Iklan tersebut dirasakan boleh menimbulkan reaksi yang pelbagai kepada sasaran iklan memandangkan produk itu sangat terkenal.

Kategori remaja yang pelbagai telah dibahagikan kepada bersekolah, menganggur, berkerja dan dalam kategori berpendidikan tinggi atau tidak berpendidikan juga diambil kira. Setiap kategori daripada remaja tersebut telah memberikan reaksi yang pelbagai dalam penerimaan iklan tersebut.

Daripada pandangan dan reaksi yang diberikan, penting bagi pengiklan mengambil satu pendekatan dan peka untuk membuat beberapa penyesuaian secara universal kepada sasarannya. Maksudnya, iklan yang dibuat boleh diterima oleh kebanyakan remaja. Bukan sahaja golongan bandar, malah remaja kampung atau luar bandar sekali pun.

Menurut penulis Norzieyatun Mohd Yahya yang telah menulis di dalam majalah Jelita mengatakan bahawa bahawa 'ramai orang merungut banyak penyuntingan dibuat kepada rancangan kegemaran untuk memuatkan iklan...' di sini, iklan boleh dianggap sebagai sesuatu yang membosankan kepada para penonton televisyen. Oleh itu, reaksi remaja perlu dikenal pasti sebagai salah satu cara bagi membantu pengiklan mencari alternatif yang boleh mengubah tanggapan masyarakat terhadap iklan khasnya iklan televisyen.

Apabila kelemahan dikesan dan kelebihan diketahui daripada reaksi dan pandan-

gan sasaran iaitu remaja khasnya untuk iklan Coca-Cola Chop!, maka satu kesimpulan dibuat. Di sini persoalan utamanya, bolehkah iklan berkonsepkan barat dan bandar akan menimbulkan reaksi positif di kalangan remaja luar bandar. Apakah keadaan luar bandar sekarang lebih terdedah dengan cara hidup bandar dan senang menerima keadaan demikian.

Kaedah kajian ini ialah dengan menggunakan pengamatan dan soalan edar untuk jawapan mudah berbentuk 'ya' atau 'tidak'. Kedua-dua cara ini membantu untuk mengetahui maklum balas sama ada positif atau negatif remaja terhadap iklan televisyen Coca-Cola Chop!. Daripada soalan lisan berbentuk hipotesis yang ditanya telah dijawab oleh remaja di samping gerakgeri dan ekspresi wajah yang menggambarkan maklum balas positif atau negatif. Begitu juga soalan edar dengan jawapan 'ya' atau 'tidak' akan menunjukkan mereka menerima atau tidak iklan itu.

Iklan Coca-cola Chop! menggambarkan budaya yang meruntuhkan nilai suci akhlak remaja. Gambaran iklan itu melihatkan para remaja sedang beratur untuk membeli tiket sebuah pertunjukan konsert. Malangnya ketika sedang beratur tiket pula kehabisan. Seorang daripada remaja keluar dan membeli minuman botol Coca-Cola. Di sini pengarah atau pengiklan ingin mendapatkan mood ceria di mana remaja lelaki dan perempuan menari-nari sambil menyanyi. Jika diperhatikan di situ ramai remaja Melayu beraksi yang sudah tentu beragama Islam. Ini bermakna majoriti masyarakat Malaysia ialah Melayu. Menari-nari di kawasan terbuka, ertinya di hadapan khalayak. Di manakah perasaan malu mereka, sudah pasti akhlak sebegini tidak elok ditonton. Berkemungkinan keadaan ini menjadi ikutan remaja.

Apakah hasil kutipan soalan edar dan soalan berbentuk lisan serta daripada pengamatan yang dibuat ialah negatif seperti yang diramalkan, atau reaksi positif ditunjukkan oleh remaja bagi soalan yang mengatakan bahawa iklan tersebut sedikit sebanyak membantu kearah keruntuhan kesucian akhlak remaja. Namun hasil kutipan soalan edar

dan soalan lisan mendapati reaksi yang diberikan ialah positif. Kebanyakan remaja memberikan reaksi negatif terhadap soalan lisan.

Daripada jawapan yang diberikan itu, dapatlah penulis merumuskan bahawa remaja luar bandar dapat menerima iklan Coca-Cola Chup! dan iklan yang dikatakan meruntuhkan akhlak remaja adalah tidak benar. Oleh itu, reaksi remaja terhadap iklan minuman bergas adalah positif.

Kandungan

	muka surat
a. Halaman Pemeriksa	i
b. Penghargaan	ii
c. Sinopsis	iv
d. Kandungan	vii
e. Senarai Jadual Dan Rajah	ix
f. Teks	
 Bab 1	
1.1 Pengenalan	1
1.2 Masalah Penyelidikan	3
1.3 Kepentingan Kajian	4
1.4 Kaedah Dan Prosedur	6
1.5 Kesimpulan	8
 Bab 2	
2.1 Definisi Dan Terminologi	9
2.1.1 Reaksi	9
2.1.2 Remaja	10
2.1.3 Luar Bandar	11
2.1.4 Pengiklanan	12
2.1.5 Minuman Bergas	15